



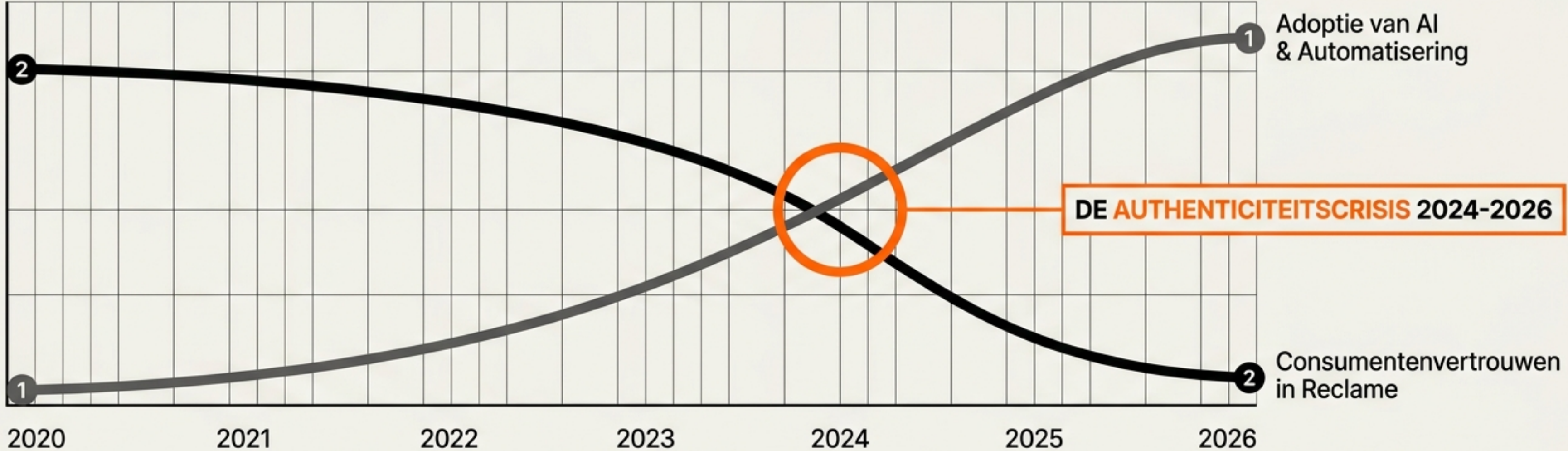
Authentieke Merkvertelling met Echte Mensen.

Implementatieplan 2026: Waarom gepolijste content faalt en hoe radicale menselijkheid wint.

Vertrouwelijk Playbook voor CMO's | Opgesteld voor de Nederlandse Markt | Editie 2026

frank.news

DE AUTHENTICITEITSCRISIS IN DE NEDERLANDSE MARKT.



DE AI-VALSTRIK

Algoritmes vinden efficiënt de laagste prijs, maar vernietigen merkloyaliteit. (Data: Eigenwijz, 2026).

HET WANTROUWEN

Nederlandse consumenten prikken direct door geënceneerde 'stock' content heen. Perfectie signaleert tegenwoordig commercieel bedrog.

DE PARADOX

In een wereld gedomineerd door schermen en AI-automatisering, zoeken consumenten wanhopig naar échte menselijke connectie.

Emotionele resonantie wint van perfecte targeting.

“People do business with people. Niet met technologie.”

Traditionele Campagne



Dalende metrics
(Ad fatigue, lage VTR)

Focus op ‘**Product-features**’

Radical Human Marketing



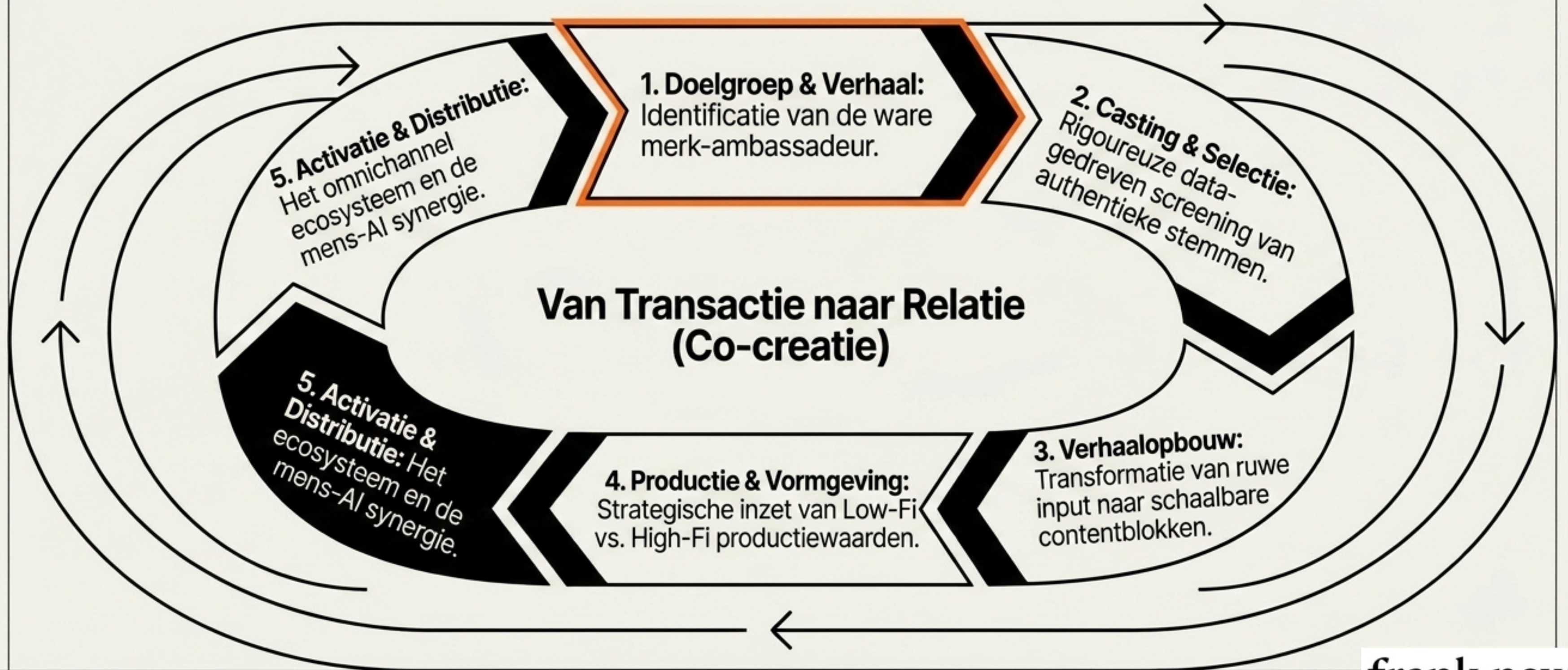
Stijgende metrics
(Trust, Brand Lift)

Focus op **herkenbare menselijke verhalen**

Case Evidence (Clue, 2026): Inzet van échte gebruikers in een privacy-gevoelige markt.
Resultaat: Verschuiving van app-functionality naar herkenbare menselijke verhalen, resulterend in direct merkenvertrouwen.

Strategisch Inzicht (Mediaforta, 2026): Efficiëntie (data) moet gecombineerd worden met menselijke inzichten om emotioneel te resoneren.

Het 5-Stappen Framework: Van Strategie tot Activatie.



Stap 1: Definieer wie jouw verhaal écht leeft.

Authenticiteit van het Verhaal
(Gepolijst/Corporate naar Rauw/Ongefilterd)

**Sweet Spot:
De Ambassadeur**

Merk-Affiniteit (Laag naar Hoog)

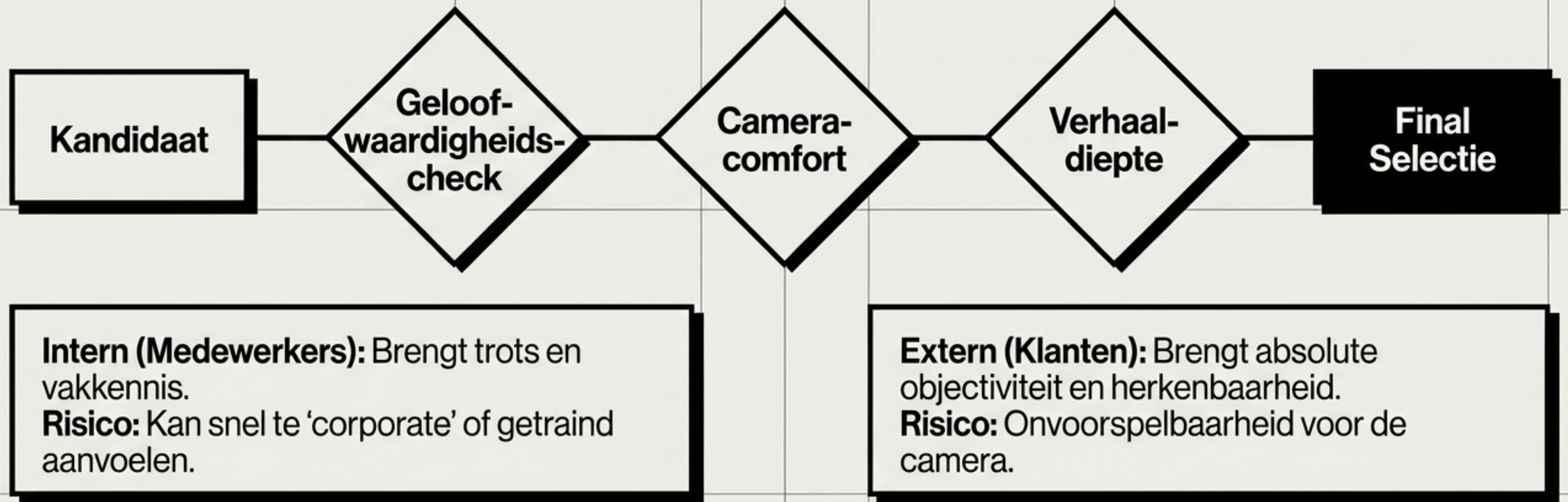
De Kernvraag (Brutael): Niet 'wat bieden we aan?',
'waarmee helpen we iemand vandaag én volgend jaar?'

Interne Medewerkers: Cultuurdragers met
onweerlegbare vakkennis.

Bestaande Klanten: Product-evangelisten die
het proces (inclusief feedback) delen.

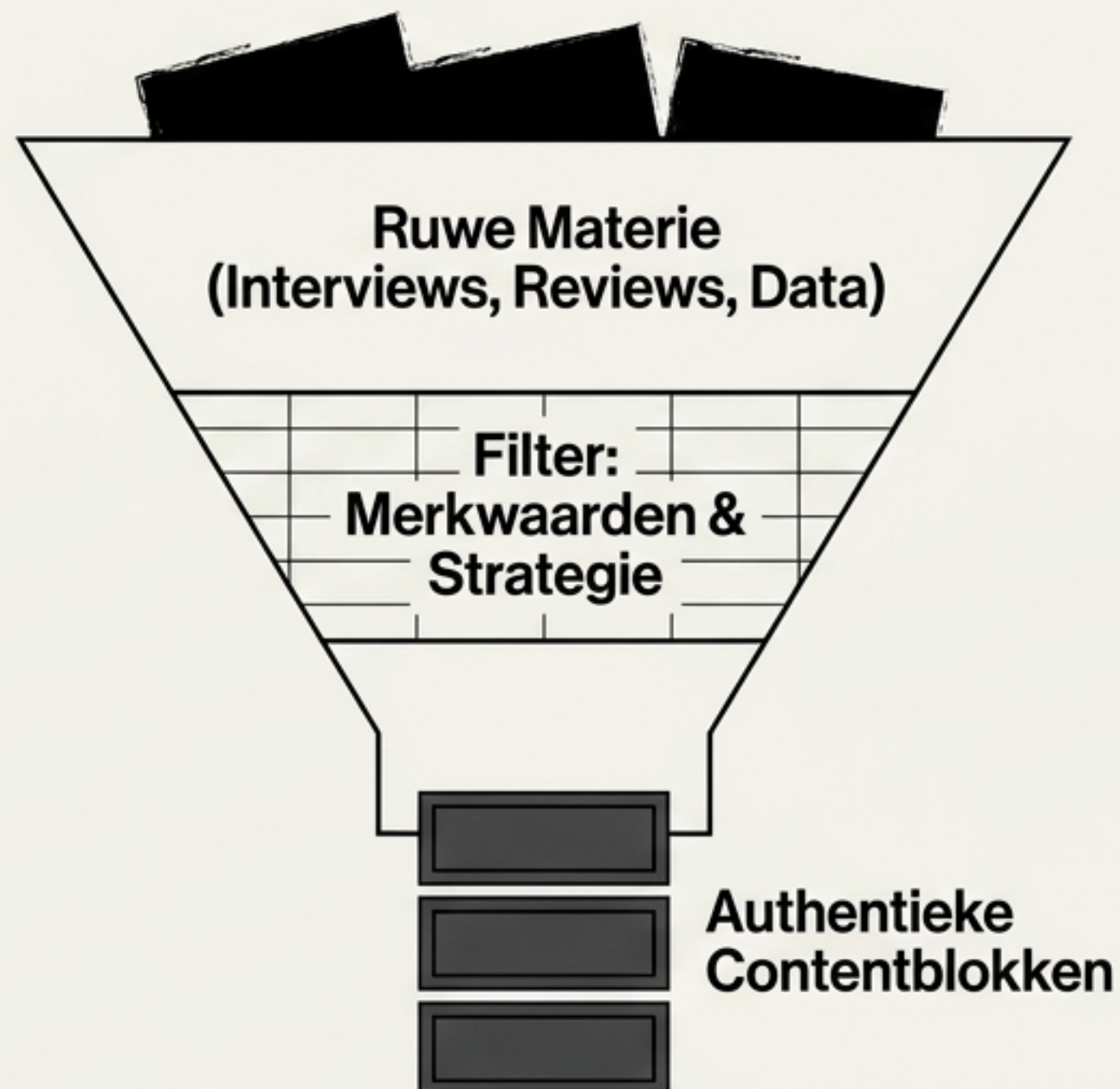
Micro-community leiders: Niche experts met
hoge geloofwaardigheid.

Stap 2: Rigoureuze casting zónder het script.



De Screeningsregel: Zoek naar het 'Waarom', niet het 'Wat'. Laat data dicteren wáár in je funnel je zoekt, maar menselijk oordeel bepalen wie je kiest

Stap 3: Regisseren zonder authenticiteit te doden.



De Valstrik: Het over-scripten van echte mensen vernietigt onmiddellijk de geloofwaardigheid in de Nederlandse markt (nuchterheid).

1. Gestructureerde diepte-interviews, verbied scripts.

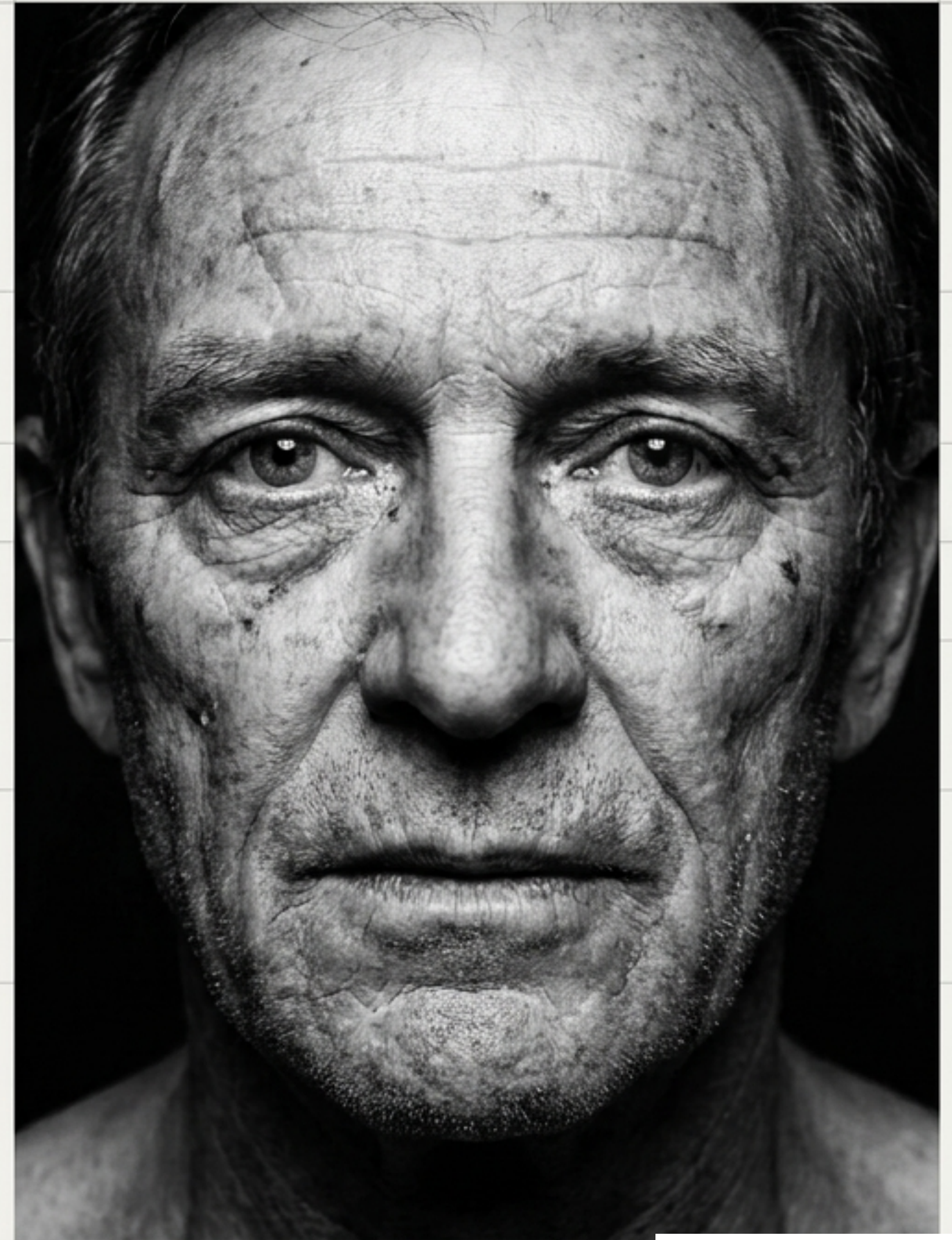
2. Cureren, niet fabriceren: behoud dialecten, stottingen en specifieke woordkeuzes.

3. Radicale transparantie: laat in de content zien hoe feedback van deze specifieke klant het product daadwerkelijk heeft verbeterd.

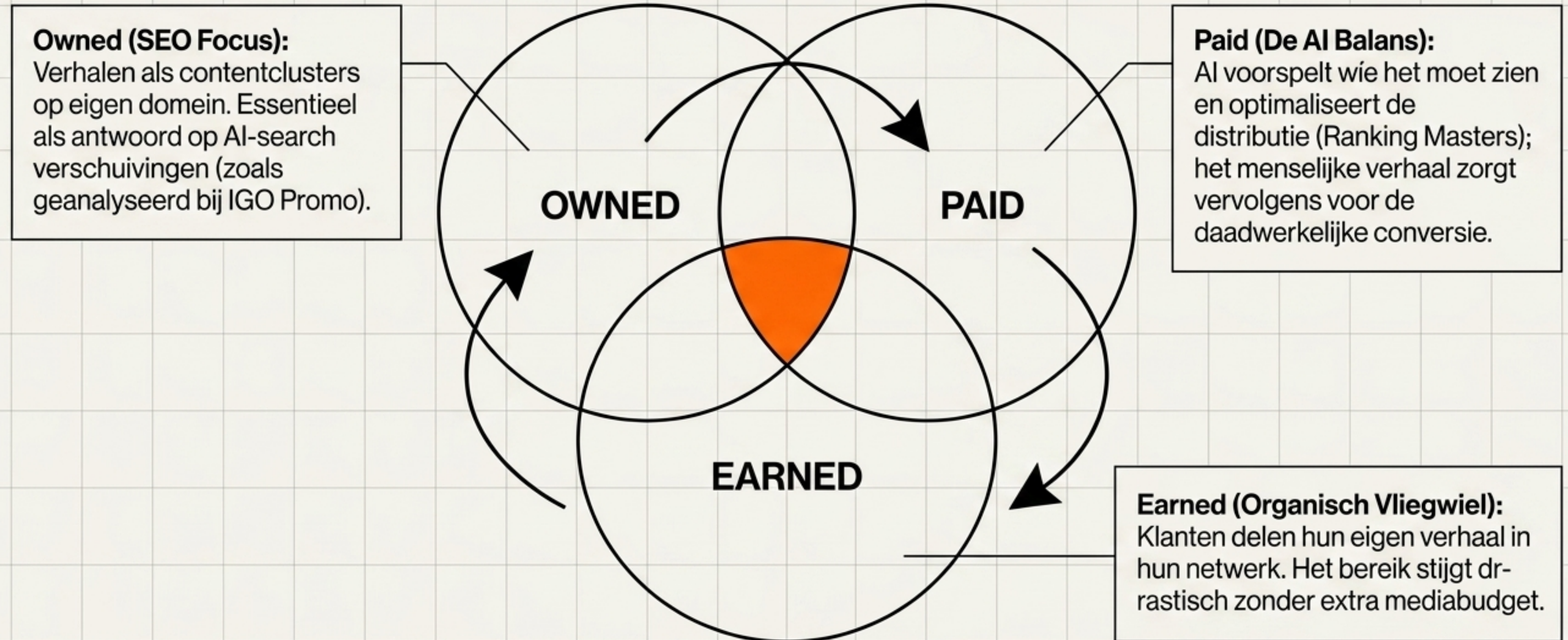
Stap 4: Productiewaarden inzetten als strategisch middel.

	Low-Fi (UGC/Mobile)	High-Fi (Documentaire)
Kosten	Laag	Hoog
Doorlooptijd	Snel	Lang
Perceptie van Authenticiteit	Peer-to-peer advies (Zeer hoog)	Premium merkuitstraling (Diepe impact)
Kanaal-Fit	TikTok, Reels, Stories	TVC, YouTube hero-content (bv. Tweakers)

De Gouden Regel: Perfecte belichting wekt wantrouwen bij een getuigenis. In human marketing geldt: 'Ugly is the new trusted.'



Stap 5: Het omnichannel ecosysteem & De AI-Synergie.



Lokale dominantie door menselijke herkenbaarheid.

 Albert Heijn	Inzet van échte supermarktmanagers op de vloer.	Strategie: Relevantie door consistente nabijheid. Het gezicht van de buurt, niet van de corporate.
 tweakers	Community-first aanpak (groeide naar 100k+ YouTube subs).	Strategie: Platformspecifiek werken (mini-documentaires over échte tech-fans) zónder de journalistieke kernidentiteit te verliezen.
 Clue	Globale benchmark: Radicaal transparant over gevoelige data door gebruikers centraal te stellen.	Strategie: Authenticiteit en transparantie als de sterkste USP in een low-trust markt.

Risicomanagement & Governance: Behoud Behoud van integriteit.

Don't	×	Do	✓
Overproductie (ruwe randjes gladstrijken).		Laat taal- en beeld-imperfecties bestaan.	
Tokenisme (diversiteitsvinkje zetten).		Echte inclusie door verhalen uit alle lagen van je bestand te putten.	
Transactief handelen (korting in ruil voor video).		Co-creatie; betrek ze als partners.	



Portretrecht & GDPR:

Heldere, herroepbare toestemming over eigendom van het verhaal.

Eerlijke Compensatie: Bied eerlijke vergoeding zonder dat het een 'betaalde script-influencer' wordt.

Autonomie: De klant behoudt de ethische controle over hun eigen verhaallijn.

Implementatie Roadmap & Investeringskaders

8-WEEK IMPLEMENTATIE TIMELINE



INVESTERINGSKADERS & MIDDELEN

Lean Pilot (€25k - €50k)		Mobiele kits voor medewerkers, interne casting, focus op Owned/UGC.
Full Scale (€100k - €200k+)		Externe casting bureaus, professionele docu-crew, portretrechten compensatie, massamediale inkoop.

Meten van menselijke impact: Het KPI Dashboard.

85%+

Engagement Rates

Focus op Uitzichttijd (VTR) in plaats van pure views.
Tracking van organische shares binnen het netwerk van de ambassadeur.

7.2:1

Sentiment Analyse

Ratio van **positieve** versus neutrale reacties in de comments. Kwalitatieve feedback loops.

+14%

Brand Lift

Verschuiving in merkvertrouwen en merkvoorkeur (cruciaal gebleken bij privacy-gevoelige merken).

€25,00

Conversie

Directe impact op CAC (Customer Acquisition Cost).
Besparing op dure modellen verlaagt productiekosten en verhoogt media-ROAS.

Interne Buy-in: Overtuig de traditionalisten.

Weerstand

We hebben geen controle meer over de exacte boodschap.

Reframe

We ruilen 10% controle in voor 100% geloofwaardigheid. Echte verhalen converteren beter dan bedachte slogans.

Weerstand

Ongepolijste beelden zien er niet premium uit voor ons merk.

Reframe

Perfectie signaleert tegenwoordig reclame; authenticiteit signaleert waarde en bouwt merkenvertrouwen.

Guiding Principle: “Ons succes wordt gemeten aan de resultaten die we voor mensen bereiken, niet louter aan transacties.” — Glenn Darrel Sanford, EXP World Holdings.

De 5 Fundamenten & Jouw Volgende 3 Stappen.

1.	Geloofwaardigheid regeert: imperfectie wint van geënceneerde perfectie.			
		Nu (Maandag)	Korte termijn (Volgende week)	Middellange termijn (Volgende maand)
2.	Emotie boven algoritme: data voorspelt targeting, het verhaal zorgt voor resonantie.	Selecteer één productlijn waar 'vertrouwen' de grootste bottleneck is.	Vraag support/sales naar de 3 meest gepassioneerde klanten. Plan een kennismaking (zonder camera).	Ken €25k toe voor een low-fi, UGC gedreven pilot ter validatie van deze strategische benchmark.
3.	Transparantie als strategie.			
4.	Regisseren, niet scripten (curatie van realiteit).			
5.	Partnership, geen exploitatie (co-creatie).			